



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: O zmianie zachowań komunikacyjnych we współczesnej kulturze audiowizualnej

Author: Tadeusz Miczka

Citation style: Miczka Tadeusz. (1995). O zmianie zachowań komunikacyjnych we współczesnej kulturze audiowizualnej. W: R. Mrózek (red.), "Kultura, Język, Edukacja. T. 1" (S. 201-211). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Tadeusz Miczka

O zmianie zachowań komunikacyjnych we współczesnej kulturze audiowizualnej

Jedną z cech charakteryzujących kulturę końca XX wieku jest potęgująca się różnorodność praktyk komunikacyjnych, mająca swoje źródło przede wszystkim w bardzo dynamicznym rozwoju techniki audiowizualnej. Niewątpliwie można zgodzić się z Marylą Hopfinger, która pisała w 1985 roku w książce poświęconej temu zjawisku: „Audiowizualność stała się czy też staje podstawą orientacji w otoczeniu uczestników współczesności i dominującym sposobem artykulacji kultury.”¹ Autorka sformułowała tę opinię, biorąc pod uwagę najnowszą twórczość teatralną, filmową i telewizyjną oraz aktualne zachowania ludzi w zetknięciu bezpośrednim. Poza obszarem jej zainteresowania znalazły się prawie wszystkie technologie audiowizualnego komunikowania, które — zdaniem Gérarda Rauleta — torują w kulturze drogę do nowej utopii². I temu badaczowi,

¹ M. H o p f i n g e r: *Kultura współczesna — audiowizualność*. Warszawa 1985, s. 58. Historyczne ujęcie procesu konfrontacji słów i obrazów, który zaowocował pojawieniem się syndromu kultury audiowizualnej, przedstawia autorka w następnej swojej książce zatytułowanej *O roli słowa i obrazu. W laboratorium sztuki XX wieku* (Warszawa 1993).

² G. R a u l e t: *La nouvelle utopie. Signification sociologique et psychologique des nouvelles technologies de communication*. In: E. C h e r k i, M. G u i l l a u m e, G. R a u l e t: *Les télétechnologies. Signification sociologique et philosophique*. L'Arbresle 1988, s. 37—65. Przekład polski K. K r z e m i e n i o w a pt. *Nowa utopia. Socjologiczne i filozoficzne konsekwencje nowych technologii komunikowania*. W: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Wybór, wprowadzenie i opracowanie A. G w ó ź d ź. Kraków 1994, s. 137—168.

który opublikował swoją pracę w 1988 roku, również można przyznać rację. Tak zwane neomedia, multimedia i metamedia stwarzają bowiem ludziom wiele okazji do zmiany tradycyjnych zachowań komunikacyjnych, a nawet do przekraczania dotychczasowych granic poznania.

Zacytowałem słowa autorki zafascynowanej głównie technikami reprodukcyjnymi i wspomniałem o dość zaskakującym kierunku rozważań francuskiego socjologa zajmującego się opisywaniem oraz interpretowaniem obrazów elektronicznych, ponieważ zajmowane przez nich stanowiska badawcze wyznaczają dominujące w refleksji na temat audiowizualności punkty orientacyjne. Niezwykle bogaty repertuar praktyk komunikacyjnych nie mieści się całkowicie w żadnym modelu teoretycznym opierającym się na wskazywaniu elementów względnie stabilnych. Jego bardzo dynamiczny charakter i zakres funkcjonowania można określić w miarę dokładnie, w moim przekonaniu, rezygnując z tworzenia idealnego wzorca badawczego, który należy zastąpić skalą ilustrującą istniejący w rzeczywistości rodzaj dynamicznego zjawiska sytuującego się między biegunami najsilniej zeschematyzowanych form tradycyjnych zachowań komunikacyjnych, z jednej strony, a pełną swobodą działania interlokutorów, z drugiej strony.

Przedmiotem moich rozważań jest właśnie zespół zmian, jaki występuje coraz częściej w zachowaniach komunikacyjnych ludzi poddających się mniej lub bardziej świadomie presji audiowizualności. W centrum mojego zainteresowania znajdują się strategie postępowania polegające na przekształcaniu zachowań tradycyjnych w improwizacyjne i sygnalizujące, przynajmniej na razie, określone kierunki przemian zachodzących w procesach wymiany informacji w wielu dziedzinach i sferach kultury współczesnej. Wskazane przeze mnie transformacje nie mają charakteru działań doskonałych i — bez większego ryzyka — można stwierdzić, że oprócz uwarunkowań technologicznych ich rozwój jest determinowany rozwojem intertekstualności, którą Zygmunt Bauman traktuje jako „nie-skończenie złożone przeplatanie się wzajemnych związków, nie kończąca się konwersację między tekstami, bez żadnej perspektywy dojścia kiedykolwiek do lub zatrzymania się w uzgodnionym punkcie”³. Innymi słowy, okoliczności towarzyszące zjawiskom, którymi się zajmuję, nie umożliwiają mi dokonania ich pełnej charakterystyki, dlatego też ograniczę się tylko do sformułowania kilku hipotez oraz do poszukiwania argumentów potwierdzających zasadność i wiarygodność moich tropów badawczych.

Przedstawiając trzy hipotezy, posłużę się terminologią Paola Vidalego i czerpiąc inspiracje z jego szkicu poświęconego doświadczeniu i komunikacji w nowych mediach, zmodyfikuję zakres znaczeniowy pojęć, jakie posłużyły mu do definiowania przestrzennych wyróżników rzeczywistości wirtualnej po to, aby potraktować je jako kategorie, które odnoszą się do podstawowych „przesunięć

³ Z. B a u m a n: *Philosophical Affinities of Postmodern Sociology*. „The Sociological Review” 38 (4), s. 427.

komunikacyjnych” dominujących we współczesnej kulturze audiowizualnej⁴. Wydaje mi się, że właśnie wyrażenie „przesunięcie komunikacyjne” najdokładniej oddaje istotę zmian zachodzących w zachowaniach nadawców i odbiorców.

Włoski kulturoznawca skoncentrował swoją uwagę na rzeczywistości wirtualnej, ponieważ w niej kumulują się techniki i energie wszystkich wcześniejszych form komunikacji. Jest ona przecież głęboko zakorzeniona w tradycji językowej, chociaż pomniejsza rangę języków naturalnych, znacznie więcej czerpie z wiedzy organizowanej za pomocą języków ikonicznych oraz kontaktów cielesnych. Zachowuje również niektóre cechy tradycyjnych mediów audiowizualnych, do których zaliczam kino i telewizję tradycyjną, ale jest przede wszystkim szczytowym osiągnięciem rozwoju nowych mediów (są nimi na przykład neotelewizja, telewizja satelitarna, High Definition, pamięć optyczna, CD-ROM-y, telewideo, wideotele i telefaksy) oraz wykorzystuje wszystkie najnowsze formy przekazywania i wytwarzania informacji (między innymi telefony komórkowe, lasery, włókna optyczne, interaktywne dyski optyczne, tzw. architektury równoległe, modelizacje bi- i trójwymiarowe). Rzeczywistość wirtualna integruje więc rozmaite strategie komunikacyjne i zmusza swoich użytkowników do improwizacyjnych zachowań nadawczo-odbiorczych znacznie odbiegających od utartych schematów i przyzwyczajień.

Właściwie nie można jeszcze precyzyjnie opisać zachowania człowieka współtworzącego razem z komputerem rzeczywistość wirtualną i jednocześnie przebywającego w niej, ponieważ nie należy ona jeszcze do codziennego doświadczenia, nie jest zjawiskiem w pełni ukształtowanym i rozpoznanym, ale te jej formy, które mają charakter eksperymentalny lub są rezultatem inwencji twórczej artystów uprawiających sztukę wideoartu, stanowią już doskonały punkt obserwacyjny do badań nad przemianami zachodzącymi w komunikacji audiowizualnej. Jak słusznie zauważa Brenda Laurel: „Wyjątkową i cudowną cechą medium, jakim jest rzeczywistość wirtualna, jest sama dyskusja, która je otacza [...]”⁵ — między innymi dlatego, że jej uczestnicy próbują przede wszystkim wyobrazić sobie świat, o którym mówią, świat charakteryzujący się dyspozycyjnością do demonstrowania swojego mechanizmu poznawczego i własnego *simulacrum*. Z tej dyskusji wyłania się wizja rzeczywistości powstającej w rezultacie współdziałania człowieka z maszyną, czyli sytuacja komunikacyjna pozbawiona jakby funkcji referencyjnej, naruszająca tradycyjny, jakobsonowski, typ relacji między nadawcą, komunikatem i odbiorcą⁶.

⁴ Por. P. V i d a l i: *Esperienza e comunicazione nei nuovi media*. In: G. B e t t e t i n i, F. C o l o m b o: *Le nuove tecnologie della comunicazione*. Milano 1993, s. 299—330.

⁵ B. L a u r e l: *Computers as Theatre*. London 1991, s. 152.

⁶ Zob. R. J a k o b s o n: *Poetyka w świetle językoznawstwa*. „Pamiętnik Literacki” 1960, z. 2, s. 431—473.

Skoro rzeczywistość wirtualna nie istnieje fizycznie, ale przebywanie w niej wywołuje określone prawdziwe zachowania (na przykład naturalne procesy fizjologiczne i konkretne czynności), istnieją jej skutki, to znaczy, że można mówić o pojawieniu się komunikacji podważającej co najmniej jedną z podstawowych zasad teorii bytu, zasadę sprzeczności, która określa brak tożsamości między różnymi bytami. Dlatego w rozważaniach nad ewolucją zachowań komunikacyjnych ludzi rzeczywistość wirtualna, czyli świat oparty na „przesunięciu ontologicznym”, staje się bardzo ważnym punktem odniesienia.

Niewątpliwie fascynuje człowieka alternatywny świat przeżyć, o czym świadczy między innymi łatwość, z jaką przystosowuje się do nowych mediów. Rzeczywistość wirtualna pozostaje jeszcze w sferze jego marzeń, a najczęściej poznaje ją w trakcie lektury powieści lub oglądania filmów z gatunku *science fiction*, ale zdobywa już doświadczenie wirtualne w codziennej praktyce komunikacyjnej ściśle związanej z audiowizualizacją i medializacją kultury. I prawdopodobnie nie dotrze on do celu, do którego zmierza, bo — jak twierdzi G. Agamben — koniec doświadczenia oznaczałby osiągnięcie dojrzałości, człowiek oczywiście nie porzuca myśli o doświadczeniu dokonanym, ale nieustannie przekonuje się o tym, że jest ono z istoty swej nieskończone, jest czymś, nad czym można pracować, co można powiększać i zdobywać, ale czego nigdy nie można naprawdę mieć⁷.

Przez długi czas pragnienie stworzenia świata alternatywnego i przebywania w nim rekompensował sobie człowiek głębokim, w porównaniu z klasycznymi formami komunikacji, przeżywaniem „snów” przedstawianych na ekranie przez twórców filmowych i telewizyjnych. Teoretycy kultury skupiający uwagę przede wszystkim na reprodukcyjnym charakterze tych mediów nazywali ten rodzaj przeżycia „złudzeniem realności”, które polegało na jednoczesnym uleganiu wrażeniu podobieństwa obrazów ekranowych do życia i świadomości, że przecież nie są one autentyczne⁸. Ale dopiero wtedy, gdy kino zaczęło konkurować z nowymi mediami, teoretycy filmu zdecydowanie wyrazili swoją niewiarę w istnienie ekranowego „analogonu rzeczywistości”. Na przykład Jean-Loius Baudry pisał w 1975 roku, że „w kinie obrazy są brane za rzeczywistość, lecz wymaga to pośrednictwa percepcji. Oto dlaczego dla jednych kino uchodzi za duplikat rzeczywistości, dla innych za ekwiwalent snu, lecz te porównania nie rozwiązują problemu wrażenia realności. To oczywiste, że film nie jest snem, ale reprodukuje wrażenie rzeczywistości, wyzwała efekt kina, który jest porównywalny do wrażenia realności spowodowanego przez sen. Aparat kinematograficzny jest uruchamiany po to, aby

⁷ G. A g a m b e n: *Infanzia e storia. Distruzione dell'esperienza e origine della storia*. Torino 1978, s. 17 i nast.

⁸ Zob. między innymi J. Ł o t m a n: *Semiotyka filmu*. Warszawa 1983, s. 48—68.

prowokować tę symulację: jest to symulacja warunków podmiotu, pozycji podmiotu; podmiotu, a nie rzeczywistości.”⁹

Z przytoczonej wypowiedzi wynika, że zachowania komunikacyjne uczestników tego aktu wymiany informacji miały jeszcze charakter bardzo tradycyjny, opierały się bowiem na doświadczeniu, które nie było powszednie. Miało ono i ma nadal charakter wyjątkowy, niemal „święteczny” (o czym decydują między innymi specyficzne miejsce odbioru i określone warunki projekcji), ale sposoby traktowania znaków ekranowych przez nadawców i widzów stanowią okoliczność warunkującą jeszcze pełnienie przez nie funkcji referencyjnej. Jak to się dzieje, opisuje dokładnie, chociaż za pomocą wielu metafor, Roland Barthes w szkicu zatytułowanym *Wychodząc z kina* (1975): „Obraz jest tam, przede mną, dla mnie — wyznaje — koalescentny (jego *signifiant* i *signifié* są stopione), analogiczny, globalny, brzemienisty: jest on przynętą doskonałą: rzucam się na niego jak zwierzę na »podobny« kawałek gałganka, który się do niego wyciąga: [...] W sali kinowej tak daleki od tego, abym był tam umiejscowiony, przyklejam swój nos, aż do rozpląszczenia go, do zwierciadła ekranu, do tego »innego« wyobrażonego, z którym identyfikuję się narcystycznie [...], obraz mnie więzi, chwytając mnie: przyklejam się do przedstawienia i jest to spoivo, które ustanawia naturalność (pseudonaturę) sceny filmowej [...]”¹⁰, ale istnieje jednak „i inny sposób chodzenia do kina [...], pozwalający fascynować się tam dwa razy: przez obraz i przez otoczenie. To tak, jakbym miał jednocześnie dwa ciała: ciało narcystyczne, które patrzy, zagubione w bliskim zwierciadle, i ciało przewrotne, gotowe fetyszyzować nie obraz, lecz dokładnie to, co go przekracza: ziarno dźwięku, salę, czerń, mroczną masę innych ciał, promienie światła, wejście, wyjście: krótko mówiąc, aby się zdystansować, »odkleić«, komplikuję »relację« przez »sytuację«. Oto, czym się posługuję, aby nabrać dystansu wobec obrazu, oto, koniec końców, to, co mniej fascynuje: jestem zahipnotyzowany przez dystans; a ten dystans nie jest krytyczny (intelektualny): jest to, jeśli można tak powiedzieć, dystans miłosny [...]”¹¹

Warto jeszcze raz oddać głos Barthesowi, ponieważ niezwykle barwnie i dość precyzyjnie opisuje również warunki, w jakich istnieje sytuacja telewizyjna. „Przypomnijcie sobie przeciwstawne doświadczenie — mówi autor do swoich słuchaczy — w telewizji, która także wyświetla filmy, żadnej fascynacji: czerń jest starta, anonimowość słumiona, przestrzeń jest rodzinna, podzielona (przez meble, znane przedmioty), uporządkowana: erotyzm — powiedzmy raczej, aby

⁹ J. -L. B a u d r y: *Diapositif*. „Communications” 1975, Nr. 23. Cyt. za I d e m: *Jaskinia Platona*. Przekład A. H e l m a n. „Film na Świecie” 1989, nr 369, s. 17.

¹⁰ R. B a r t h e s: *Au sortant du cinéma*. „Communications” 1975, Nr. 23. Cyt. za I d e m: *Wychodząc z kina*. Przekład Ł. D e m b y. W: *Interpretacja dzieła filmowego. Antologia przekładów*. Red. W. G o d z i c. Kraków 1993, s. 159.

¹¹ Ibidem, s. 160.

pozwolić zrozumieć lekkość i niedokończoność: erotyzacja jest wykluczona: poprzez telewizję jesteśmy uwięzieni w Rodzinie, dla której stała się ona sprzętem domowym, jak niegdyś było nim palenisko, osłonięte wspólnym kociołkiem.”¹² Wynika z tego, że można mówić o telewizji jako o medium sprofanowanym i rozpraszającym referencjalność przedstawionego świata. Telewizja tradycyjna bowiem nie potrzebuje dla siebie przestrzeni zarezerwowanej, łączy i miesza różne teksty i gatunki, oferuje odbiorcom serię obrazów opartą na pedagogicznym modelu opowiadania i na określonej ramówce programowej, spełniającej funkcję porządkującą strumień informacji¹³. Ale w tej sytuacji widz może wzbogacić swoje dotychczasowe zachowania komunikacyjne, powiększając dystans do przedstawienia ekranowego za pomocą przycisków umożliwiających wyłączenie, a przede wszystkim zmianę programu.

Jego repertuar zachowań jest jeszcze bogatszy, co ma duże znaczenie dla rozwoju doświadczenia wirtualnego, w epoce tzw. neotelewizji, która przede wszystkim dzięki ścisłym związkom z mediami elektronicznymi — zdaniem F. Casettiego i R. Odina — przekształca wszystko w codzienność. Dominują w niej modele komunikacji intensyfikujące aktywność nadawców i odbiorców, usytuowane w przestrzeni „wspólnego biesiadowania”, poddane rytmowi dnia codziennego i zmierzające w stronę nieskończonego i nieprzerwanego strumienia obrazów¹⁴. Neotelewizja sprofanowała więc przestrzeń reprezentacji charakterystyczną dla kina, a występującą jeszcze w telewizji tradycyjnej i zapoczątkowała taki proces osławiania rzeczywistości, który Paolo Vidali dosadnie określił słowami: „wyszła za nią za mąż”¹⁵. Ta skłonność i dyspozycyjność medium do ontologicznego „przesuwania się” zmuszają nadawców i widzów do ograniczania repertuaru tradycyjnych zachowań komunikacyjnych oraz do zastępowania ich zachowaniami spontanicznymi i improwizacyjnymi.

Sprzyja temu postępująca komputeryzacja telewizji, oferująca odbiorcom złudną możliwość uczestniczenia w procesie łączenia obrazów ekranowych z rzeczywistością, wykorzystywana najczęściej w tzw. grach z wyobraźnią, w których można uczestniczyć jeszcze po wyłączeniu odbiornika. Symulacje świata audiowizualnego najczęściej występują w reklamie telewizyjnej¹⁶.

¹² Ibidem, s. 158.

¹³ Takiej charakterystyki paleotelewizji, czyli telewizji tradycyjnej, dokonują F. C a s e t t i i R. O d i n w artykule pt. *De la paléo-télévision à la néo-télévision. Approche sémio-pragmatique*. „Communications” 1990, Nr. 51, s. 9—26. Przekład polski I. O s t a s z e w s k i e j pt. *Od paleo- do neotelewizji. W perspektywie semiopragmatyki*. W: *Po kinie?...*, s. 117—136.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ P. V i d a l i: *Esperienza e comunicazione...*, s. 304.

¹⁶ Zob. między innymi S. K l i n e: *Limits to the Imagination: Marketing the Children's Culture*. In: *Cultural Politics in Contemporary America*. Eds. I. A n g u s, S. J h a l l y. New York 1989, s. 299—316.

Trudno jednak zgodzić się z Jeanem Baudrillardem, gdy twierdzi, że obrazy telewizyjne i świat realny nie mają już odmiennych statusów ontologicznych, czyli nie ma między nimi żadnej istotnej różnicy¹⁷. Według niego ludzie żyją dzisiaj w epoce, w której dominuje *simulacrum*. To pojęcie odnosi się jednocześnie do oryginału i reprodukcji, do obrazu i do rzeczy.

Wydaje mi się, że można mówić w tym przypadku nie tyle o *simulacrum*, ile raczej o nadprodukcji wieloznaczności. Zygmunt Bauman ujmuje zjawisko z właściwej perspektywy, pisząc między innymi, że „wieloznaczność rozlewa się coraz szerzej, zamiast kurczyć się”, „jest [ona — T. M.] przejawem niewydolności funkcji segregacyjnej, którą język powinien pełnić”. Alternatywą nowoczesnego intelektu jest polisemia, dysonans poznawczy, definicje niespójne, przygodność sądów; nakładanie się na siebie wzajemnie sprzecznych znaczeń w świecie pedantycznej klasyfikacji i kartotek. [...] To za sprawą nowoczesności samej działalność porządkowa obraca się w fabrykację wieloznaczności [...]”, a „Ponowoczesność to nowoczesność dowiadująca się o własnej niemożliwości [...]”, w której „wolność sprowadza się głównie do wyboru konsumpcyjnego”¹⁸. Poza tym w epoce neotelewizji wieloznaczność została sprywatyzowana, przeniosła się z sektora publicznego do prywatnego, co w rezultacie doprowadza do zmiany zachowań uczestników aktu komunikacyjnego. Nadawcę zastępuje coraz częściej ekspert, czyli osoba godna zaufania, starająca się zrozumieć najbardziej intymne myśli i tęsknoty innych ludzi, a odbiorca staje się przede wszystkim konsumentem poszukującym partnera, któremu nie musi płacić wzajemnością usług, tylko pieniędzmi¹⁹.

Szczególnie ważne jest to, że ekspert pozostaje zwykle osobą anonimową, którą konsument „personalizuje” tylko w zależności od własnych potrzeb. Ekspert nie chce nawet wcale być tradycyjnym partnerem i dlatego odbiorca-konsument musi się zadowolić namiastką komunikacji i „życiem przez pośredników”, co oczywiście pomniejsza stale rolę „treści” przekazów, a koncentruje jego uwagę na pomiarach ilościowych.

Gianfranco Bettetini scharakteryzował sytuację, w jakiej na początku lat osiemdziesiątych znalazła się kultura audiowizualna, następującymi słowami: „»Kino« tradycyjnie było zjawiskiem kultury masowej, które cechowało wyraźne oddzielenie od siebie procesów produkcji i konsumpcji, a przede wszystkim odseparowanie rytualnej »tekstowości« od różnych form prezentacji. Było miejscem, w którym pojawiły się dzieła, »filmy«, gatunki, autorzy, szkoły: miejscem, w którym rozwijała się praktyka dyskursywna ujawniająca zawsze

¹⁷ J. B a u d r i l l a r d: *Simulations*. New York 1983. Z jego poglądami polemizuje między innymi J. F i s k e. — zob. *Postmodernizm i telewizja*. Przekład J. M a c h. W: *Pejzaże audiowizualne. Telewizja — wideo*. Wybór, wstęp i opracowanie A. G w ó ź d ź. Kraków [w druku].

¹⁸ Z. B a u m a n: *Wieloznaczność nowoczesna — nowoczesność wieloznaczna*. Przekład J. B a u m a n. Warszawa 1995, s. 7, 11, 21, 30, 314 i 315.

¹⁹ Zob. ibidem, rozdział pt. *Wieloznaczność sprywatyzowana*, s. 215—259.

jakieś źródło, jakąś strategię komunikacyjną, jakiś produkt zakreślający granice tekstu i jakąś zaakcentowaną intencjonalność. Kino było zawsze miejscem, w którym dominowała fikcja o charakterze przeważnie narracyjnym. Dziś ten społeczny przywilej kina [...] wydaje się zanikać i rozprasza się w sieci informacji i wiadomości przekazywanych bezpośrednio, rozprasza się dzięki inscenizowaniu rzeczywistości [...]. Biorąc to wszystko pod uwagę, próby określania na nowo społecznej roli kina i jego funkcji komunikacyjnej muszą zmierzać do zdefiniowania nowej kultury widza i nowego pojęcia »publiczności«, ponoszącej skutki umasowienia, i muszą odnaleźć pojedynczy podmiot oraz opisać go jako »użytkownika«, czyli opisać przejawy jego specyficznej twórczej aktywności.²⁰

Warto przypomnieć, że w tym czasie widz filmowy był już lub mógł być użytkownikiem wideo, audiowizualnych gier komputerowych i różnego typu technik elektronicznych, a więc bardzo poszerzył repertuar własnych zachowań komunikacyjnych. Osłabiał własną aktywność intelektualną, większą wagę przywiązywał do aktywności cielesnej²¹. Zaczął personalizować elektronicznych partnerów. Korzystając z wolności, jaką zostawił mu nadawca (ekspert), stał się we własnym mniemaniu osobą dominującą w układzie komunikacyjnym.

Niektórzy badacze na podstawie obserwacji nowych zachowań komunikacyjnych konsumentów sformułowali hipotezę głoszącą, że wraz z rozwojem nowych środków przekazu zwiększa się czynnik upodmiotowienia kultury. W rzeczywistości jednak było i jest inaczej. Coraz bardziej bowiem jednostronna subiektywizacja działań konsumenta następuje kosztem depersonalizacji drugiego, dawniej ważniejszego lub co najmniej równorzędnego partnera, czyli nadawcy, co upowszechnia tendencję do przekształcania komunikacji w autokomunikację²². Łatwo można się o tym przekonać, obserwując zachowania odbiorców „produktów” neotelewizji, a zwłaszcza użytkowników gier komputerowych. Istnieje przecież ogromna ilość takich gier wykorzystujących schematy ikonizacyjne, werbalne i inscenizacyjno-narracyjne zabaw towarzyskich i sportowych lub naśladujących metody pracy różnych profesjonalistów i trwałe struktury artystyczne, co oznacza, że zawsze istnieje (zakodowany w pamięci komputera)

²⁰ G. B e t t e t i n i: *Cinema e massmedia*. „Cinema” 1982, nr 3, s. 86.

²¹ Szerzej omawiałem to zagadnienie w artykule pt. *Cielesny aspekt podmiotowości w kinie*. Zob. *Kino: gest — ciało — ruch. Film w perspektywie systemów komunikowania niewerbalnego*. Red. A. G ó ł d ź. Wrocław 1990, s. 125—135. Zob. również G. B e t t e t i n i: *Il corpo del soggetto enunciatore*. In: I d e m: *La conversazione audiovisiva. Problemi dell'enunciazione filmica e televisiva*. Milano 1984.

²² G. B e t t e t i n i: *Il segno dell'informatica. I nuovi strumenti del comunicare: dal videogioco all'intelligenza artificiale*. Milano 1987. Zob. między innymi T. M i c z k a: *Z zagadnień pragmatyki podmiotu tekstu audiowizualnego*. „Przekazy i Opinie” 1990, nr 1/2, s. 175—192; I d e m: *Znikające podmioty? Szkic o procesach depersonalizacji występujących we współczesnej kulturze audiowizualnej*. „FA-Art” 1994, nr 3—4, s. 33—42.

program zachowań, który zmusza odbiorcę do powtarzania co najmniej jednego tradycyjnego „chwytu” gatunkowego. Gracz może nie tylko grać „z obrazami”, ale może również wprowadzać do akcji własne porządki myślowe. Jednak prawie zawsze w tego typu sytuacjach na plan pierwszy wysuwa się aspekt ludo-dyczny. Brak drugiej osoby ułatwia przekształcenie komunikowania w zabawę dostarczającą przyjemności. Oczywiście, człowiek lubi grać i lubi się komunikować, ale nie ulega chyba wątpliwości, że jako konsument rzadziej niż tradycyjny odbiorca zaspokaja obydwie potrzeby jednocześnie.

Konsument ciągle uczy się rozpoznawania i osiągania wyższych stopni zmienności zachowań, ale czyni to w sytuacji, którą można potraktować jako rodzaj „komunikacji zamkniętej”, czyli — zdaniem Paola Vidalego — w sytuacji pozbawiającej go możliwości kontrolowania, czy „wymiana” informacji jest do czegoś adekwatna²³.

Włoski badacz, koncentrując uwagę — o czym wcześniej wspomniałem — na rzeczywistości wirtualnej, wyróżnił trzy podstawowe rodzaje zachowań osób uczestniczących w takich eksperymentach, które w moim przekonaniu charakteryzowały już wcześniej postawę odbiorcy produktów audiowizualnych. Ja nazywam je „przesunięciami komunikacyjnymi”.

Pierwsze przesunięcie polega na przejściu od „lekturowego” oswajania świata do prowadzenia w nim „nawigacji”. Konsument bowiem coraz rzadziej nawiązuje kontakt z rzeczywistością, która ma cechy klasycznego tekstu. Oczywiście, ona istnieje jeszcze jako przedmiot językowy, ma skończoną ciągłość dyskursywną i strukturę głęboką, opartą na określonym programie (stworzonym przez „nadawcę”), ale identyfikacja znaczeń nie zawsze otwiera odbiorcy drogę do skonkretyzowania jej struktury i dostrzeżenia zasad, stanowiących podstawę łączenia poszczególnych elementów. Innymi słowy, „teksty” nieustannej dezintegracji i dekompozycji, po prostu „kruszą się” i trudno dzisiaj zgodzić się z definicją „lektury” zaproponowaną przez Rolanda Barthesa i Andre Compagnona, która opiera się na przekonaniu, że kompetencja odbioru powstaje na poziomie frastycznym. Autorzy twierdzą: „Umieć czytać, w istocie oznacza umieć czytać zdanie: gdy się czyta i rozumie jedno zdanie, to umie się czytać wszystkie.”²⁴

W komunikacji audiowizualnej coraz rzadziej jest potrzebna kompetencja umożliwiająca zrozumienie sensu fragmentu, który można by potraktować jako odpowiednik zdania. W 1987 roku Vannevar Bush, Ted Nelson i Douglas Engelbart zaproponowali używanie pojęcia „hipertekst”, odnosząc je do świata, którego się „nie czyta”, a więc nie poddaje „lekturze”, ponieważ różni się on bardzo od tradycyjnych form obrazowych i językowych, czasami tylko bywa podporządkowany zasadom linearności i następstwa i coraz bardziej otwiera się na interpretację przy-

²³ P. V i d a l i: *Esperienza e comunicazione...*, s. 323—330.

²⁴ R. B a r t h e s, A. C o m p a g n o n: *Lettura*. In: *Enciclopedia Einaudi*. Vol. 8. Torino 1979, s. 181.

pominającą „rozgałęzianie się” procesów myślowych. Jest to niewątpliwie koncepcja kontrowersyjna, ale przynajmniej uwzględnia zmiany zachodzące w zachowaniach komunikacyjnych ludzi, ekspertów i konsumentów, którzy ograniczają swoje zdolności do lektury, rozwijają natomiast kompetencję umożliwiającą im prowadzenie nawigacji, czyli nieustanne reorganizowanie struktury „hipertekstów”.

Drugie przesunięcie polega na zastępowaniu transmisji informacji działaniami interaktywnymi. I nie ma w tym nic zaskakującego, nie tylko z tego powodu, że dzisiaj częściej niż dawniej obrazy (światy) powstają w wyniku sprzężonego działania człowieka i maszyny, ale również dlatego, że w potocznym rozumieniu błędnie utożsamiono transmisję z wymianą informacji, a informację z wiadomością. Tymczasem ani transmisja, ani informacja nigdy nie były instrumentami, za pomocą których nadawca skutecznie podporządkowywał sobie odbiorcę. Zwracali już na to w 1949 roku uwagę C. E. Shannon i W. Weaver, twórcy matematycznej teorii komunikacji, pisząc: „[...] pojęcie »informacja« nie odnosi się tylko do tego, co się mówi rzeczywiście (czyli efektywnie), odnosi się do tego, co chciałoby się powiedzieć. To znaczy, że informacja jest pewną miarą wolności wyboru, którą się ma, gdy wybiera się rodzaj przekazu.”²⁵ Z kolei aktywną postawę odbiorcy często charakteryzowali językoznawcy. Na przykład H. R. Maturana i F. J. Varela twierdzili, że dopóki zainteresowanie badaczy skupia się na denotacyjnej funkcji języka, to traktuje się go jako środek służący przekazywaniu informacji, natomiast gdy udowodni się, że ma on charakter konotacyjny, wówczas można powiedzieć, że „nie gwarantuje on żadnego przeniesienia myśli od mówiącego do interlokutora; to słuchacz tworzy informację redukując wieloznaczność [...]”²⁶ Wynika z tego, że transmisję zawsze determinują różne interakcje. Obecnie jednak znacznie powiększa się zakres interaktywności w obrębie transmisji

Interaktywność można potraktować jako procedurę przystosowania się ludzi do mediów. Najczęściej rozumie się pod tym pojęciem wzajemne oddziaływanie na przemian człowieka i maszyny, czyli serię wymian komunikacyjnych, w której czasie użytkownik może modyfikować dane wyjściowe przekaznika, a obydwa „interlokutorzy” (komputer i człowiek) mogą nawet przerywać nawzajem swoje kwestie²⁷. Najszersza definicja tego pojęcia została sformułowana przez J. Baudrillarda i otwiera szerokie pole rozważań na temat depersonalizacji aktów komunikacyjnych. Francuski kulturoznawca bowiem z niepokojem obserwuje, że „Interaktywność ludzi stała się interaktywnością ekranów”²⁸.

²⁵ C. E. Shannon, W. Weaver: *The Mathematical Theory of Communication*. Illinois 1949, s. 8.

²⁶ H. R. Maturana, F. J. Varela: *Autopoiesis and Cognition. The Realization of Living*. Dordrecht 1980, s. 74.

²⁷ Por. S. Austakalnis, D. Blatner: *Silicon Mirage: The Art and Science of Virtual Reality*. Peach 1992.

²⁸ J. Baudrillard: *Le Xerox et L'infini*. „Traverses” 1988, nr 44/45, s. 21.

Trzecie przesunięcie komunikacyjne polega na zastępowaniu percepcji przebywaniem człowieka w stworzonym przez siebie i maszynę świecie audiowizualnym. Według Baudrillarda można już mówić o tym w czasie dokonanym. Moim zdaniem mogą doświadczać tego tylko ludzie zanurzeni w rzeczywistości wirtualnej, a o charakterze przesunięcia decyduje „głębokość” zanurzenia. Jak twierdzą znawcy tego zagadnienia, można w niej znieść prawo grawitacji, nie muszą w niej obowiązywać zasady geometrii euklidesowej i oddziałuje on skutecznie na ludzkie zmysły (w niewielkim stopniu dotyczy to węchu, a prawie wcale nie dostarcza ona wrażeń smakowych). Człowiekowi przebywającemu w takiej „cyberprzestrzeni” nie są przydatne tradycyjne nawyki percepcyjne, ważniejsze bowiem jest dla niego poczucie „bycia” w jakimś miejscu i patrzenie na świat z jego wnętrza²⁹. Oczywiście, rzeczywistość wirtualna nie tworzy nowego, prawdziwego miejsca, ale człowiek w niej przebywający zachowuje się tak, jakby ono istniało, ponieważ „przemieszcza ona swoich uczestników we wnętrzu informacji. [...] Wrażenie występujące podczas oglądania obrazów staje się wrażeniem występującym podczas przebywania w miejscu.”³⁰

Scharakteryzowane przeze mnie przesunięcia komunikacyjne nie eliminują, oczywiście, z kultury współczesnej takich zachowań, jak lektura, transmisja i percepcja. Świadczą wszakże o tym, że ewolucja podstawowych ludzkich działań komunikacyjnych osiąga poziom, na którym tracą one swoje pierwszorzędne znaczenie. W moim przekonaniu najważniejsze jest jednak to, że zmiany zachodzące w zachowaniach komunikacyjnych człowieka wywierają duży wpływ na potoczne zachowania i utrwalają audiowizualne nawyki działania we wszystkich sferach życia codziennego i kultury współczesnej.

²⁹ Szczegółowej charakterystyki przestrzeni wirtualnej dokonują między innymi E. C o u c h o t: *Images. De l'optique au numérique. Les arts visuels et l'évolution des technologies*. Paris 1988; B. L a u r e l: *Computers as Theatre...*; B. W o o l l e y: *Virtual Worlds*. Blackwell 1992, i M. H e i m: *Metaphysics of Virtual Reality*. Oxford 1993.

³⁰ Słowa W. Brickena cyt. za P. V i d a l i: *Esperienza e comunicazione...*, s. 322.